
THINK TODAYN LIIKELAHJA

– suunnittelu ja asiakaskysely



Think Todayn liikelahja – suunnittelu ja asiakaskysely

Muotoilun koulutusohjelma

Tuotemuotoilu, 11.5.2011

Heli Herranen



Muotoilun koulutusohjelma
Hämeenlinna

Työn nimi Think Todayn liikelahja – suunnittelu ja asiakaskysely

Tekijä Heli Herranen

Ohjaava opettaja Riitta-Liisa Hakkarainen

Hyväksytty _____._____.20_____

Hyväksyjä

HÄMEENLINNA
Muotoilu
Tuotemuotoilu

Tekijä	Heli Herranen	Vuosi 2011
Työn nimi	Think Todayn liikelahja – suunnittelu ja asiakaskysely	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön lähtökohtana oli suunnitella liikelahja Hämeen ammattikorkeakoulun käyttöön Think Todayn valmistettavaksi. Tavoitteena oli ideoida 2-3 erilaista liikelahjaa. Osana työtä oli myös asiakaskyselyn tekeminen Think Todaylle. Suunnittelun pohjana on ollut kestävää kehitystä, ympäristöystävällisiä tuotteita, jätteitä sekä liikelahjoja koskevan kirjallisuuden tutkiminen.

Tavoitteenani oli luoda kolmiulotteinen tuote käytettävissä olevista Think Todayn sisustus- ja rakennusalan hukkamateriaalista keraamisista laatoista, laminaatista, muovimatosta ja tapetista. Tuotteiden tuli sopia HAMK:n imagoon. HAMK:n edustajat valitsivat ideoista tuleviksi tuotteiksi kenkälusikan ja samaan tuoteperheeseen kuuluvan kynttilänjalan ja viinipullotelineen.

Asiakaskyselyn mukaan Think Todayn tuotteista mielenkiintoisin oli muovimatosta valmistettu Leaf-tabletti, vaikka muovimatto soveltui melko huonosti vastaajien mielestä pöytätasolle. Toiseksi suosituin oli HOT GRILL 2-osainen kattausalusta, joka on valmistettu keraamisesta laatasta. Materiaaleista keraaminen laatta soveltui vastaajien mielestä hyvin pöytätasolle ja laminaatti melko hyvin. Tuotteen ulkonäkö/muotoilu ja käyttötarkoitus vaikuttavat eniten ostopäätökseen. Tuotteessa on tärkeää näkyä sen kotimaisuus ja arvokkaammaksi sen tekee hyvä muotoilu, käytännöllisyys ja ekologisuus.

Suunnitellut tuotteet täyttivät hyvän liikelahjan tunnusmerkit, kyselyyn vastanneiden tärkeinä pitämät asiat sekä osaltaan myös ekologisen tuotteen kriteerit verrattaessa taustatietoon ja asiakaskyselyyn.

Olen erittäin tyytyväinen opinnäytetyöni tuloksiin ja oppimisprosessiin. Useamman yhteistyötahon mukana olo oli hedelmällistä.

Avainsanat Liikelahja, asiakaskysely, kierrätys.

Sivut 29 s, + liitteet 3 s.

Hämeenlinna
Degree Programme in Design
Product Design Option

Author	Heli Herranen	Year 2011
Subject of Bachelor's thesis	<i>Think Today's</i> Business gift – Design and Customer Survey	

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to design a business gift for the use of HAMK University of Applied Sciences to be produced by Think Today. The aim was to design 2-3 different business gifts. Part of the thesis was a customer survey. Background information was collected from literature on sustainable development, environmentally friendly products, waste and business gifts.

The aim was to create three-dimensional products utilizing Think Today's interior and construction waste, such as ceramic tiles, laminate, plastic carpet or wallpaper. These products were to suit HAMK's image. Of the potential products, the representative of HAMK selected a shoehorn, a candlestick and a wine bottle rack for coming business gifts.


According to the customer survey, the most interesting of Think Today's products was the *Leaf* place mat, even though the respondents considered plastic carpet rather unsuitable for table tops. The second most interesting product was the two-part place mat HOT GRILL made from ceramic tile. In the opinion of the respondents, ceramic tiles were a suitable and laminate a fairly suitable material for table tops. The design/appealing appearance of the product and its purpose of use contribute most to the buying decision. The domestic content, good design, purpose of use, and sustainability give the products added value.

Comparing to the background research and customer survey, the designed products met the requirements for a good business gift, the important aspects mentioned by the respondents of the survey, as well as the criteria of an ecological product.

The outcome of the thesis and the learning process were successful. Cooperation with different parties was very productive.

Keywords Business gift, customer survey, recycling

Pages 29 p, + appendices 3 p.



SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Lähtökohdat ja tavoitteet	1
1.2	Tutkimusmenetelmät ja ongelmat	1
1.3	Aikaisemmat opinnäytetyöt	2
1.4	Think Today	2
2	TAUSTATIEDOT	3
2.1	Kestävä kehitys	3
2.1.1	Vihreä kulutus	4
2.1.2	Tuotteen ympäristöystävällisyys	5
2.1.3	Jäte	5
2.2	Liikelahjat	6
2.2.1	Liikelahjaluokat	7
2.2.2	Hyvä liikelahja	7
3	SUUNNITTELU	8
3.1	Ideointi ja luonnostelu	8
3.2	Kenkälusikka	10
3.2.1	Jatkokehitys	10
3.2.2	Prototyyppi	11
3.3	Viinipulloteline	12
3.3.1	Jatkokehitys	12
3.3.2	Prototyyppi	13
3.4	Kynttilänjalka	15
3.4.1	Jatkokehitys	15
3.4.2	Prototyyppi	16
3.5	Pakkaus	17
4	ASIAKASKYSELY	18
4.1	Kohderyhmän valinta ja kysymysten laadinta	18
4.2	Kyselyn toteuttaminen	18
4.4	Analysointi	19
5	POHDINTA	27
5.1	Suunnitteluvaihe	27
5.2	Asiakaskysely	28
	LÄHTEET	29

Liite 1	Aikataulu
Liite2	Asiakaskysely

1 JOHDANTO

Jätevuorien kasvaessa ajatus siitä, että tuotteita tehdään hukkamateriaalista eli jätteestä tuntuu mielenkiintoiselle. Nykypäivänä vihreä ajattelu on nostanut päätään. Useammalle yritykselle se on jopa myyntikeino tai tuotteen oston peruste. Ekologiseksi tuotteeksi mielletään tuote, joka on valmistettu ekologisista kierrätettävistä materiaaleista. Ekologisuuteen kuuluu kuitenkin paljon muutakin, kuten koko tuotteen elinkaari. Ekologista on myös materiaalin uusiokäyttö. Hyvän käyttökelpoisen materiaalin laittaminen kaatopaikalle on turhaa erityisesti, jos siitä voidaan valmistaa uusi tuote. Näin saadaan jatkettua materiaalin elinkaarta.

Liikelahjan suunnittelussa on omat huomioitavat asiansa, jotka vaikuttavat siihen, onko lahja sopiva saajalleen ja sopiiko se lahjan antajan imagoon ja yrityskuvaan. Kansainvälisessä yhteistyössä kulttuuritaustat vaikuttavat siihen, millainen lahja on soveliaista antaa. Maailma muuttuu ja asenteet muuttuvat myös liikelahjoja kohtaan. Kuluttajat haluavat laadukkaampia ja pitkäikäisempiä lahjoja, eivät krääsää. Omaan hyvinvointiin ollaan valmiita panostamaan ja estetiikka on myös suuressa roolissa.

1.1 Lähtökohdat ja tavoitteet

Opinnäytetyön lähtökohtana oli suunnitella liikelahja Hämeen ammatti-
korkeakoulun käyttöön Think Today tuotemerkin valmistettavaksi ja KB-
tuotteen välittämäksi. Liikelahjan olisi sovittava HAMKin imagoon sekä
tuotava esille vihreitä arvoja ja eri koulutusaloja. Tavoitteena oli ideoida
2-3 erilaista liikelahjaa, jotka olisivat harkittuja, oivaltavia, hauskoja ja
helppoja antaa molemmille sukupuolille myös kansainvälisessä yhteis-
työssä. Liikelahjoja suunniteltaessa hyödynnetään Think Todayn käyttä-
mää sisustus- ja rakennusalan hukkamateriaalia, keraamisia laattoja, muo-
vimattoa, laminaattia, tapettia ja kangasta.

Osana työtä oli myös asiakaskyselyn tekeminen Think Todaylle yhteis-
työssä toisen tuotemuotoilijaopiskelijan kanssa. Asiakaskyselyssä selvite-
tään asiakkaiden ja jälleenmyyjien mielipidettä Think Todayn tuotteista,
käyttökohteesta, arvoista ja pakkauksesta. Asiakaskysely tehtiin Webro-
pol-ohjelmalla. Sähköpostin kautta lähetettiin kysely Think Todayn jäl-
leenmyyjille, KB-tuotteen asiakkaille ja HAMKin muotoilun oppilaille ja
opettajille.

1.2 Tutkimusmenetelmät ja ongelmat

Opinnäytetyön pääpaino oli liikelahjan suunnittelussa. Eri vaiheita olivat
ideointi, luonnostelu, mallintaminen ja prototyyppien valmistus sekä tuot-
teiden viimeistely. Suunnittelun pohjana oli kirjallisuuden tutkiminen kes-
tävästä kehityksestä, ympäristöystävällisistä tuotteista, jätteistä sekä liike-
lahjoista. Asiakaskyselyn pohjalta saatiin vastauksia seuraaviin kysymyk-
siin.

- Millaisen kolmiulotteisen tuotteen voisi suunnitella Think Todayn käytettävissä olevista materiaaleista?
- Millaisen liikelahjan HAMK haluaa käyttöönsä?
- Mitä Think Todayn tuotteista ajatellaan?
- Mitkä asiat ovat kierrätetystä materiaalista valmistetuissa tuotteissa tärkeitä?

1.3 Aikaisemmat opinnäytetyöt

Liikelahjan suunnittelusta löytyi muutamia aikaisempia opinnäytetöitä, mm. Leena Salmion vuonna 2000 tekemä Liikelahjan suunnittelu ja valmistus Eila Kaisla Toimialapalvelu Oy:lle. Opinnäytetyössä kerrottiin suunnitteluprosessin etenemisestä keraamisen mukin valmistukseen ja valmiiksi tuotteeksi pakkauksineen. Toinen työ oli Maarit Timosen tekemä Liikelahjan suunnittelu Kulokorpi-trading Oy:lle 2003. Tämä työ käsitteli myös keraamisen tuotteen suunnittelua, massan ja lasitteiden testausta, koepolttoja ja taipumien huomioimista valmistusprosessissa.

Liikelahjaa Hämeen ammattikorkeakoululle on aiemmin suunnitellut Katja Müller vuonna 2000. Tekijä oli hakenut lisäoppia Saksasta lopputyötä tehdessään. Hän kertoi työssään suunnitteluprosessista ja tuotteen taustaan vaikuttavista asioista. Liikelahjaksi syntyi rintaneula, HAMKin logon rapusista.

Asiakaskyselyn oli tuotesuunnittelun lisäksi tehnyt Jenni Ahlström vuonna 2009 opinnäytetyössään Suomalainen redesign: Tarinat ja imago Seccolle toteutetun tuotesuunnittelutyön pohjana. Opinnäytetyössä tutustuttiin muihin kierrätysmateriaaleista tuotteita valmistaviin yrityksiin ja haastateltiin heidän suunnittelijoitaan. Imagon muodostumisen taustoihin oli myös perehdytty laajasti. Tuotesuunnittelu tehtiin kierrätetystä materiaalista asiakaskyselyn pohjalta. Suunnitellut tuotteet olivat tietokonelaukku, lompakko sekä säkkituoli.

1.4 Think Today

Think Todayn -tuotemerkin on perustanut Susanne Hamari 2007. Tuotemerkki on syntynyt huolesta omaa elinympäristöämme kohtaan ja halusta edesauttaa kestävän kehityksen arvostusta nyky-yhteiskunnassamme. Think Today haluaa ohjata kulutustottumuksia ja sitä, kuinka omilla valinnoilla vaikutetaan syntyvän jätteen määrään. (Think Today, 2011.)

Tavoitteena on hyödyntää hukka- ja jättemateriaalia sekä lisätä kierrätystä. Materiaali tulee kotimaisten sekä ulkomaisten rakennus- ja sisustusalan valmistajien, maahantuojien ja jälleenmyyjien hukasta ja jätteestä. Näin vähennetään käyttökelpoisen materiaalin joutumista kaatopaikoille. Think Today suosii kotimaisuutta ja paikallisuutta materiaalin toimittajissa ja käytetyssä työvoimassa. Materiaaleina Think Today käyttää lähinnä tapettia, kangasta, muovimattoa (kuva 2), laminaattia (kuva 1) ja keraamisia laattoja. (Think Today, 2011.)



Kuva 1 Perhoset kattausalusta



Kuva 2 Koiranruoka- ja vesikupin aluset

Tavoitteena on poiketa valtavirrasta ja erottua massasta. Tuotteita käyttäville halutaan tuottaa iloa, mielihyvää ja elämyksiä. Kierrätysmateriaaleista, niiden alkuperästä ja historiasta oleva tieto on liitetty tarinoiksi tuotteisiin. Materiaalin saatavuuden vaikutuksesta tuote voi olla uniikki, jolla on oma historiallinen tarinansa. Tuotteiden käyttäjille halutaan kertoa materiaalin valmistaja, toimittaja, jälleenmyyjä ja mahdollisesti suunnittelija. (Think Today, 2011.)

2 TAUSTATIEDOT

Taustatietoa tuotteiden suunnittelua varten on haettu tutkimalla kirjallisuutta kestävästä kehityksestä, vihreästä kuluttamisesta, tuotteen ympäristöystävällisyydestä, jätteistä ja liikelahjoista.

2.1 Kestävä kehitys

Kestävän kehityksen mukaan harjoitettava toiminta edellyttää, että luonnonvaroja käytetään mahdollisimman vähän. Ekotehokkuuden taustalla on tarve löytää ratkaisuja maapalloa uhkaaviin ympäristöongelmiin. Tehokas materiaalin käyttö vaatii yleensä vähemmän raaka-ainetta ja tuottaa vähemmän jätettä. (Rissa 2001, 10.)

Monet ympäristöongelmat johtuvat yhä useammin ihmisten elintavoista, myös meillä Suomessa. Uhkia syntyy erityisesti ihmisten halusta nostaa elintasoaan, tavasta käyttää luonnonvaroja, tuottaa jätteitä, liikkua sekä kuluttaa energiaa. Meidän täytyy kiinnittää huomiota erityisesti hiilidioksidipäästöihin, vesien hajakuormitukseen ja ilmakehän otsonin muodostumista aiheuttaviin päästöihin sekä typpipäästöihin. Kestävä kehitys edellyttää tuotanto- ja kulutustapojen muuttumista sekä kehittää uusia keinoja

ympäristön ohjaukseen ja käyttöönottoon. Ekotehokkuus on avainasemassa vähennettäessä luonnonvarojen kulutusta lähivuosina. (Rissa 2001, 23.)

Ekologinen rakennemuutos edellyttää siirtymistä määrästä laatuun, kertakäyttöisestä kestävästä, tavaroista palveluun, neitseellisestä materiaalista kierrätykseen, kasvusta vapaa-ajan lisäämiseen. Näin hyvinvointimmekin lisääntyisi. (Rissa 2001, 26.)

Kestävän kehityksen mukainen suunnittelu ottaa suomalaisessa muotoilussa vasta ensiaskeleita. Vaikka muotoilun arvoissa on jo painotuksia tähän suuntaan mm. materiaalien käytöllä ja tuotteiden pitkäikäisyydellä on nykytilanteesta silti pitkä matka toteutettuun ekosuunnitteluun. Suomessa vielä yhdenkään merkittävän teollisuusyrityksen johtoajatuksena ei ole kestävän kehityksen mukainen muotoilu. (Aav, Keinonen, Kähönen, Mäyrä, Naukkarinen, Peltonen, Rynänen, Valtanen, Vapaasalo & Vihma 2009, 37.)

Esteettinen arvo on ihmisen toimintaa motivoiva tekijä. Kauniita ja kiehtovia esineitä hankitaan ja vaalitaan, mutta rumia ja mitäänsanomattomia kohdellaan huolimattomasti. Toiminnan motivoimisen kautta estetiikalla on suuri merkitys ympäristön kannalta, sillä tuote voi elinkaarensa mittaan kuluttaa luontoa rankasti. (Aav ym. 2009, 63.)

”Ero tavalliseen suunnitteluun on se, että kestävän kehityksen mukainen suunnittelu suuntaa huomion pitkän aikavälin vaikutuksiin. Itse tuote on vain jäävuorenhuippu, kun taas raaka-aineet, tuotanto, jakelu ja energiakysymykset ovat piilossa oleva jalusta.” (Aav ym. 2009, 9.)

2.1.1 Vihreä kulutus

Kuluttajien tietoisuus yritysvastuunasioista on lisääntynyt vähitellen. Yritysvastuulla tarkoitetaan taloudellisia, ekologisia ja sosiaalisia vaikutuksia yhteiskunnalle ja yrityksen sidosryhmille eli rahoittajille, kuluttajille, henkilöstölle, lähiyhteisölle jne. Vihreyttä ja yritysvastuuta arvostavien kuluttajien merkitys on suuri kuluttajille suoraan suunnatuissa palveluissa ja tuotteissa. Heidän mielipiteensä vaikuttavat myös yleiseen yhteiskunnalliseen asennemuutokseen ja sitä kautta jossakin vaiheessa poliittiseen päätöksentekoon. Vihreän kulutuksen kasvua on analysoitava kaikilla toimialoilla yhtenä tärkeänä liiketoimintaympäristön trendinä. Muutokset siinä ennakoivat myös yleisempää asennemuutosta, jonka vaikutukset voivat ulottua laajasti monille toimialoille. (Juutinen & Steiner 2010, 21, 53–55.)

Deloitte ja Grocery Manufacturers Associationin kyselyssä todettiin, että vihreiden kuluttajien määrä on suurempi kuin yleisesti uskotaan. Kyselyyn osallistujista 54 %:lle yritysvastuu on yksi ostopäätökseen vaikuttava tekijä. Vihreää kuluttamista on kaikissa ikä-, tulo- ja koulutusryhmissä. Eniten vihreitä ostajia on suurten ikäluokkien vanhemmassa sukupolvessa. Enää ei ole myöskään olemassa vihreän ostajan stereotyyppiä, vaikkakin nuoret tiedostavat vastuullisuuden helpommin. Kaiken kaikkiaan vihreät kuluttajat muodostavat suuren ja tuotelojaalin kuluttajaryhmän sekä merkittävän myyntipotentiaalin. Kuluttajat tarvitsevat lisätietoa, sillä he eivät auto-

maattisesti ymmärrä ostopäätösten ekologisia ja sosiaalisia vaikutuksia. (Juutinen & Steiner 2010, 56.)

Hillin ja Knowltonin mukaan Suomessa arvioidaan olevan yli 800 000 LOHAS-kuluttajaa (Lifestyle of Health and Sustainability) yli 15-vuotiaista suomalaisista. Noin 15–20%:a aikuisväestöstä lukeutuu tähän terveyttä, hyvää kuntoa, ympäristöä, henkilökohtaista kehittymistä, kestävän kehityksen mukaista elämänmuotoa ja sosiaalista oikeudenmukaisuutta kannattavaan LOHAS-ryhmään. Yritysten onkin nyt otettava vakavasti ns. tavallisten kuluttajien kasvava joukko, jolle yritysvastuu ja vihreys merkitsevät paljon ostopäätöstä tehdessä. Lisäksi yritysten on varmistettava, että erilaiset vastuullisuutta ja vihreyttä lupaavat tuotemerkinnät ovat luotettavia ja pitävät sen minkä lupaavat. (Juutinen & Steiner 2010, 58–59.)

2.1.2 Tuotteen ympäristöystävällisyys

Yrityksen vihreitä arvoja arvostetaan. Jos asiakas hakee tarvitsemaansa yritystä, voi ratkaisevaksi asiaksi koitua se, miten yrityksessä kierrätetään. (Ajankohtaista asioista ja ilmiöistä, 2011.)

Ympäristöystävällisen tuotteen kriteereinä on, että se elinkaarensa aikana kuluttaa mahdollisimman vähän luonnonvaroja. Ympäristöystävällisyys on otettu huomioon raaka-ainehankinnoissa ja säästäväisellä valmistuksella. Tuotteen kuljetus kauppaan ja kuluttajalle on ollut energiaystävällistä. Tuotteen käyttäminen on ekologista ja hävittäminen ei aiheuta haittaa ympäristölle. (Harju & Koivio, 2008.)

Valmistuksessa voidaan käyttää kierrätysmateriaaleja tai luonnonmukaisesti tuotettuja raaka-aineita. Siinä pyritään vähentämään energian käyttöä ja suosimaan uusiutuvia energiamuotoja. Päästöt ilmaan ja vesistöön pidetään mahdollisimman pienenä. Myös syntyvän jätteen määrää pyritään vähentämään ja kierrättämään. Ympäristöystävällisessä ajattelussa suositetaan lähellä tuotettuja tuotteita ja raaka-aineita, näin kuljetuksesta syntyvät saasteet ja energian kulutus ovat vähäisimmät. Kuljetustavoista laiva ja juna ovat parempia kuin lentokone ja rekka. (Harju & Koivio, 2008.)

Tuotteiden pakkaamisella on iso merkitys arvioitaessa, kuinka ympäristöystävällinen tuote on. Mitä vähemmän pakkausmateriaalia on, sitä parempi ympäristölle. Pakkauksen olisi hyvä olla kierrätettävä. Tiensä päähän tullut tuote on ympäristöystävällinen, jos se on kierrätettävissä eikä aiheuta haittaa hävitysprosessissa. (Harju & Koivio, 2008.)

2.1.3 Jäte

Jätteellä tarkoitetaan ainetta ja esinettä, jonka haltija on poistanut, aikoo poistaa tai on velvollinen poistamaan käytöstä (Valtion ympäristöhallinto 2011). Sivutuotteella tarkoitetaan tuotannollisessa toiminnassa päätuotteen lisäksi syntyvää tuotetta. Suomessa jätelakia on tulkittu siten että kaikki teollisuuden sivutuotteet luokitellaan jätteeksi. Tuotteistamalla jäte sivu-

tuotteesta uusiotuotteeksi luodaan yleisesti hyväksyttävä kaupallinen tuote, joka voidaan markkinoida samoin edellytyksin kuin neitseellisestä raaka-aineesta tuotettu tuote. Tuotteistamisen avulla ennakkoluulot materiaalien haittavaikutuksista voidaan osoittaa aiheettomiksi. (Hämäläinen 2004, 26–27.)

Lainsäädännön tavoite on ehkäistä jätteen syntymistä, edistää sen hyödyntämistä ja vähentää sen jätehuollosta syntyviä haittoja. Näin pyritään edistämään luonnonvarojen kestävää käyttöä ja torjumaan ympäristö- ja terveysongelmia. Jätteet olisi pyrittävä ensisijaisesti hyödyntämään materiaalina ja vasta sitten energiana. Kaatopaikoille sijoitetaan jäte, jota ei voida teknisesti tai taloudellisesti muutoin hyödyntää. (Valtion ympäristöhallinto 2011.)

Parhaiten jätteitä pystyvät hyödyntämään suuremmat yritykset. Kiinnostus, tieto ja jätteen sopivan hyötykäyttökohteen puuttuminen ovat tyypillisimmät syyt jättää jätteet hyödyntämättä. Osassa pk-yrityksiä kaikki jäte toimitetaan edelleen kaatopaikoille. (Hämäläinen 2004, 2.)

2.2 Liikelahjat

Liikelahja tukee yrityksen kokonaisviestiä. Konservatiivisen yrityksen imago vaatii toisentyyppistä lahjaa, kuin nuorekkaan ja innovatiivisen yrityksen. Suomessa liikelahjoja annetaan jonkin verran enemmän kuin monissa Länsi-Euroopan maissa tai Yhdysvalloissa, ja harvemmin kuin Kaukoidässä. (Krabbe 2004, 95.)

Lahjalla halutaan antaa myönteinen ja miellyttävä kuva antajasta. Väärässä tilanteessa huonolla harkinnalla annettu lahja voi kuitenkin tuoda päinvastaisen kuvan. Lahjan muodollisuus, neutraalisuus, henkilökohtaisuus, luonne ja yrityksen näkyvyys siinä voi aiheuttaa ristiriitaa. Kohdemaan tapoja ei myöskään saa loukata lahjalla. Persoonalliset ja hyvin valitut lahjat ovat aina kuuluneet hyviin kauppatapoihin. (Mikluha 2000, 17–19.) Käytösesineet ovat yleisesti ottaen hyviä lahjoja (Krabbe 2004, 97).

Länsimaissa liikesuhteiden hoitaminen eroaa etelän ja idän muotokulttuurien tavoista. Lännessä solmitaan suhteet korrektilla tavalla, jolloin asia ja ihminen voidaan hyvällä omallatunnolla myöhemmin unohtaa. Muotokulttuureissa liikesuhteet aloitetaan ihmissuhteiden luomisella ja vasta sen jälkeen alkaa kaupanteko. (Mikluha 2000, 20.)

Lahjaesine ei saisi olla vastapuolta hämmentävän arvokas. Lahjan rahallista arvoa tärkeämpää on henkilökohtainen huomaavaisuus. Lahjanantajan ja vastaanottajan asema on huomioitava lahjaa annettaessa. Pääsääntöisesti korkeammassa asemassa oleva saa arvokkaamman lahjan. (Mikluha 2000, 28–35.)

Lahjalla ja lahjuksella saattaa olla hiuksenhieno ero. Voidaan ajatella, että jos kumpikaan osapuoli ei joudu lahjan vaihtotilanteessa tekemään kompromisseja, kyseessä on lahja. On hyvä ymmärtää, että lahja aina velvoittaa,

vaikka sen luoma velvoite onkin jokaisessa kulttuurissa erilainen. (Mikluha 2000, 28–35.)

Suomessa lahjoihin ei liity viestejä tai symboliikkaa. Idän kulttuureissa niillä on syvällisempi merkitys kuin itse lahjaesineellä. Eläimet ovat usein hyvin symbolisia sekä hyvässä että pahassa merkityksessä. Lahjaa antaessa kannattaakin olla hyvin selvillä, mitä lahja voi saajalleen viestiä. Lahjan luonteella voi myös olla merkitystä. Teräaseet ovat useammassa maassa vihamielinen ele. Kuvioiden, muotojen ja lukumäärän symboliikan suhteen voi olla eri maiden välillä eroja. (Mikluha 2000, 38–39; Krabbe 2004, 101.)

Väreillä viestitään eri maissa eri tavoin. Valkoinen on monessa maassa surun väri ja sininen voi edustaa huonoja asioita. Suomalaisten on syytä harkita sinivalkoisten lahjojen ja pakkausten antamista etenkin Kaukoidässä. Punainen väri on ongelmallinen, sillä se voi viestiä kuolemaa tai iloa, riippuen saajan kulttuuriperästä. Kiinassa se on suosittu väri kullan lisäksi. Keltainen ei ole lahjan väri Venäjällä, Ranskassa tai Meksikossa. Vihreä on suosittu joissakin maissa, mutta esimerkiksi Malesiassa se yhdistetään viidakon vaarallisuuteen. Islamilaisissa maissa vihreä on vehreyden väri mutta myös pyhä väri, joten sen käytössä tulee olla varovainen. (Mikluha 2000, 39–40.)

2.2.1 Liikelahjaluokat

Liikelahjat ryhmitellään neljään eri luokkaan:

- Give away -tuotteet eli suurissa erissä jaettavat halvemat tuotteet (mm. kynät ja viivoittimet).
- Myynninedistämisesineet ovat kädestä käteen annettavia tuotteita (mm. pipot ja rantapallot).
- Liikesuhteen ylläpitotuotteet ovat yleensä korkealaatuisia merkkitavaroita.
- ”Mustaleimainen viski” on lahjatavaroiden aatelia. Tämän ryhmän tuotteet menevät asiakasyritysten liikkeenjohdolle. (Mikluha 2000, 41–42.)

2.2.2 Hyvä liikelahja

Hyvä liikelahja on käytännöllinen, idean omaava, omintakeinen, tyylikäs, riittävän neutraali, aito, laadukas, yritystä hyvin edustava, ei liian pröystäilevä ja suo ilon antajalle sekä saajalle. Ulkomaille matkustavan liikelahjassa on hyvä huomioida edellisten lisäksi, että se muistuttaa antajan kotimaasta ja yrityksestä, eikä sitä saa helposti saajan kotimaasta. Lisäksi se on kevyt kuljettaa. (Mikluha 2000, 43.)

Mainoslahjojen tehtävänä on mm. pitää yrityksen ja tuotteen nimi asiakaiden mielessä ja lisätä siten yrityksen myyntiä. Näkyvä liikemerkki on tarpeeton, sillä lahja-asioissa liikutaan alitajunnan ja mielikuvien maailmassa. Yrityksen logo laitetaan usein tuotteen pohjaan, jätetään pelkästään pakkaukseen tai jopa kokonaan pois. (Mikluha 2000, 43.)

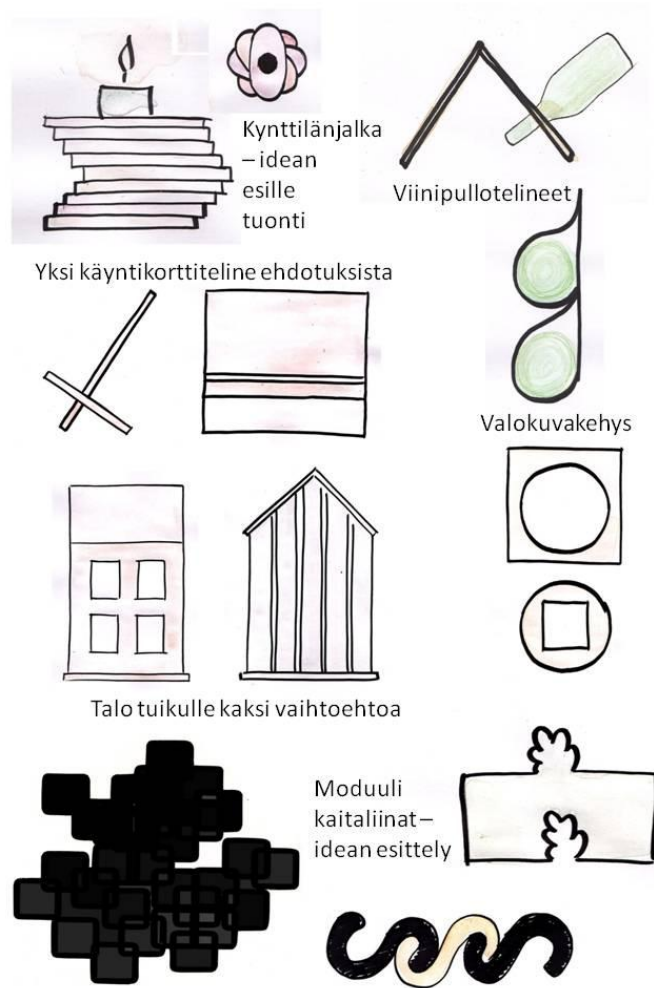
3 SUUNNITTELU

Suunnittelu eteni vaiheittain ideoinnin ja luonnostelun kautta ideoiden tarkasteluun ja jatkokehitettäviin tuotteisiin. Prototyypit päätettiin valmistaa suunnitelmista, jotka katsottiin toteuttamisen arvoisiksi. Ne selvensivät tuotteiden ulkonäköä ja toimivuutta. Niiden perusteella voitiin tuotteisiin tehdä vielä tarvittavat muutokset ennen lopullista valmistusta.

3.1 Ideointi ja luonnostelu

Olemassa olevat Think Todayn tuotteet ovat tasomaisia tuotteita. Halusin ideoida myös kolmiulotteisia vaihtoehtoja mahdollisuuksien mukaan. Suunnittelu lähti liikkeelle ideoimalla, mitä mahdolliset HAMKin käyttöön tulevat liikelahjat voisivat olla. Ideointiin oli aikaa käytettävissä kolme viikkoa. Vaihtoehtoja syntyi lukuisia, mm. kansio, kynäpurkki, liukuva palapeli, lämpömittari, naulakko, rasia, wc paperiteline ja vedin.

Aloitin luonnostelun karsimalla varteenotettavien vaihtoehtojen listaa. Näitä olivat cd-teline, ”talo” tuikulle, kaitaliina, kenkälusikka, viinipulloteline, pullon/korkinaukaisija, mansetit, kynttilänjalka, käyntikorttikotelo/teline, saippuakuppi ja valokuvakehykset. Näiden ideoiden luonnoksista valitsin yhteistyötahojen ideoiden tarkasteluun esitettävät luonnokset (kuva 3).



Kuva 3 Osa luonnoksista

Ideoiden esittelytilaisuudessa Think Todayn Susanne Hamari kommentoi tuotteen valmistettavuutta, KB-tuotteen Pentti Martinen liikelahjasektorin näkemyksiä ja HAMKin Lea Mustonen ja Elina Tammelin sitä mitkä sopivat HAMKin liikelahjaksi. Pentti Martikaiselta tuli myös hyviä näkökoh-
tia tuotteen myytävyyteen ja siihen, mitä tuotteita arvostetaan liikelahjoina. KB-tuote tulee välittämään HAMKille heidän Think Todayn liikelahjansa.

Mustonen ja Tammelin HAMKin edustajina valitsivat heille sopivimmat tuoteideat jatkokehitykseen. Kenkälusikassa heitä miellytti viittaus jal-
kinesuunnittelun pääaineeseen. Kenkälusikassa käytettävän vinyylimaton kuoseista nurmikko viittaisi luonnonvara-alaan ja lankunpäästä muistuttava rakennustekniikan koulutusohjelmaan. Viinipulloteline viestii Lepaan yk-
sikön viininvalmistuksesta. Teline voisi sopia myös myymälän käyttöön. Kynttilänjalka miellytti, koska se on helppo antaa ulkomaalaisille yhteis-
työtahoille liikelahjaksi. Moduulikaitaliinasta pidettiin, mutta se jätettiin varatuotteeksi, jos edellä mainittujen ideoiden kanssa tulee ylitsepääsemät-
tömiä ongelmia.

3.2 Kenkälusikka

Kenkälusikan idea lähti liikkeelle omasta kenkälusikan käyttökokemuksesta. Kenkälusikat ovat perinteisesti kovia ja muotoiltu kaareviksi myötäilemään kantapään muotoa. Omaan jalkaan nämä kenkälusikat eivät koskaan ole tuntuneet mukavilta, sillä kaari ei ole ollut sopiva. Olen pohdinnoissani päätenyt siihen, ettei kenkälusikan toiminnan kannalta tarvitse olla kova ja kaareva. Tarkoitushan on saada jalka kenkään vahingoittamatta kengän kantaosaa. Jalasta apua tarvitsee vain kantapään uloin osa, ei koko kaari. Siihen kokeilujeni mukaan sopii myös suora, sopivan liukas tasainen kappale, joka ei ole liian leveä vahingoittaakseen kenkää tai sukahousuja.

Kenkälusikan saajina ovat molemmat sukupuolet iästä riippumatta, joten se sopii hyvin liikelahjaksi. HAMKin imagoon se sopii jalkinesuunnittelun kautta. Think Todayn materiaalivalikoimasta löytyi jäykkä vinyylimatto nurmikko-, lankunpää- ja noppakivi -kuoseilla (kuva 4). Nämä laajensivat kenkälusikan sopimaan useammallekin koulutusosalalle.



Kuva 4 Vinyylimaton kuosit nurmikko, lankunpää ja noppakivi

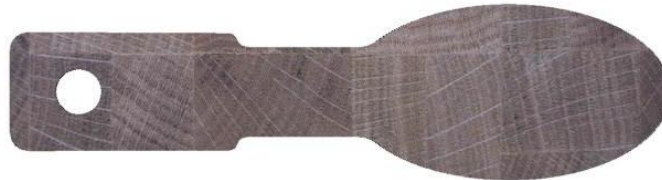
Testasin vinyylimaton kestävyyttä taivutteleamalla matonpätkää kahtia. Matto katkesi useamman toiston jälkeen. Pintaosa ei katkennut, vaan se oli sitkeämpää ainetta. Mattoa pystyi tavuttamaan 90 asteen kulmaan sen kärsimättä. Kenkälusikan käytössä mielestäni materiaali toimii, sillä yli 90 asteen kulmaan sitä ei tarvitse taivuttaa kenkää jalkaan laittaessaan.

3.2.1 Jatkokehitys

Esiteltävissä ehdotuksissa oli kenkälusikan kolme eri mallia. Niistä mikään ei varsinaisesti ollut suosituin, mutta käytännön kannalta paras oli soikea malli. Kenkälusikan toivottiin kuitenkin viestivän omaa tarkoitustaan jollakin tavalla. Ehdotuksena oli, että se muodoltaan vastaisi perinteistä kenkälusikkaa. Kuviointia tai ulokkeita malliin ei lusikkaosalle ollut järkevää tehdä materiaalin ja toimivuuden vuoksi. Mallintaessani eri vaihtoehtoja perinteinen kenkälusikkamalli tuntui tylsälle. Sain idean lusikan mallisesta kenkälusikasta (kuva 6). Siinä riskinä on kapea kaulaosa. Mallista kuitenkin päätettiin valmistaa prototyyppi, tarkempaa tarkastelua varten. Toinen kenkälusikkamalli, josta tulee prototyyppi, on soikea (kuva 5). Tähän suunnittelin pienen kengän muotoisen koristeen (kuva 7), jonka voi laittaa tekstiilinauhaan roikkumaan ja viestimään käyttötarkoitustaan. Ylellisemmäksi kenkälusikka luodaan purjerenkaalla.



Kuva 5 Soikea kenkälusikkamalli



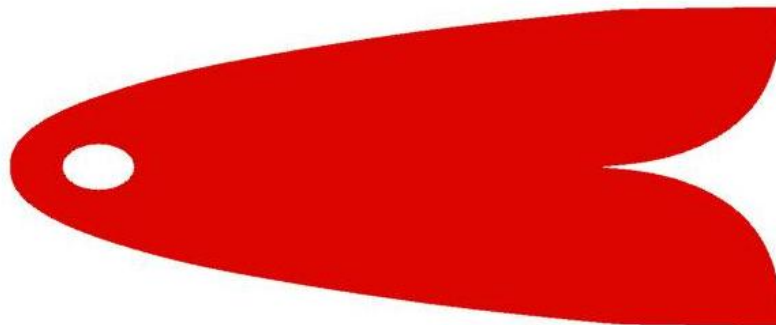
Kuva 6 Lusikkamalli



Kuva 7 Tekstiilinauhaan tuleva kenkä

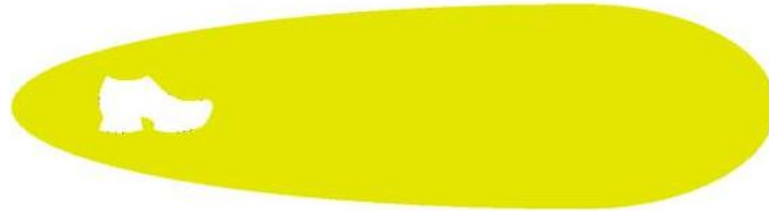
3.2.2 Prototyyppi

Prototyyppien tarkastelussa ilmeni, ettei kenkälusikka (kuva 4) muodoltaan vielä tyydyttänyt asiakasta vaan haluttaisiin käyttäjäystävällisempi muoto. Ongelmaksi koettiin lähinnä liian kapea kantapääosa. Lusikkamallissa (kuva 6) taas oli liian kapea kaula, joten se ei myöskään ollut miehiin käteen riittävän iso. Keskusteluissa heräsi ajatus kenkälusikasta, joka olisi valmistettu ohuemmasta muovista reilusti leveämmäksi niin, että leikkauksilla haetaan taipuisaa muotoa lusikkaan. Kengän viitteestä käytötarkoitukseen pidettiin (kuva 7).



Kuva 8 Lovellinen kenkälusikka

Mielestäni kenkälusikasta tulee liian leveä (kuva 8) vaikka siinä olisikin leikkauksia muodon taipumisen apuna. Paras vaihtoehto olisi muokata edellistä soikeaa lusikkaa sopivammaksi. Ehdotukseni soikean tilalle on kenkälusikka, joka on hiukan pisan muotoinen (kuva 9) ja johon on leikattu kengän kuva reiäksi. Reikä antaisi viitteen käyttötarkoituksesta ilman erillistä kengän muotoista koristetta. Näin vähennettäisiin valmistuskustannuksia.



Kuva 9 Pisanmuotoinen kenkälusikka

3.3 Viinipulloteline

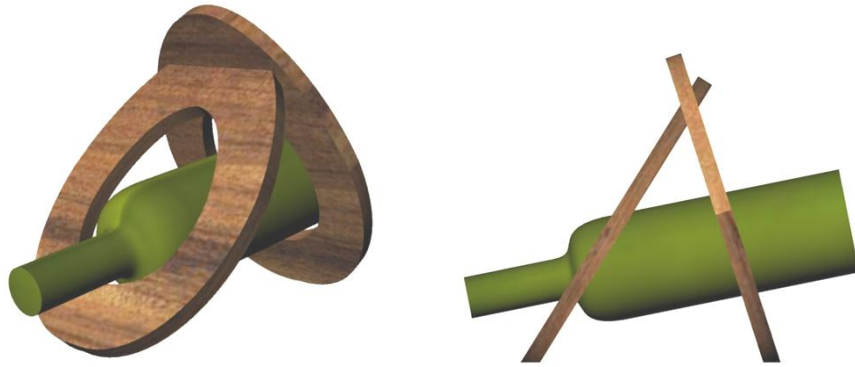
Viinipullotelineessä ajatuksena on, että se voi toimia myös jäähdyttimenä keraamisesta laatasta valmistettuna. Alkuvaiheen ehdotelmissani oli useampi viinipullotelinevaihtoehto. Ideoiden esittelystä jatkokehittelyyn pääsi kulmamalli, joka seisoo pöydällä. Siinä pullo on kaulastaan kiinni (kuva 3).

Suunnittelun ongelmana on viinipullojen paino ja koko ajatellun loviliitoksen sekä painopisteen suhteen. Alkuperäisen idean toteuttaminen olisi ollut mahdotonta, joten jatkokehitys oli tarpeen. Viinipullotelineelle tulevan pakkauksen koko rajoitti itse tuotteen kokoa ja muotoa sekä myös telineeseen mahtuvien pullojen määrää.

3.3.1 Jatkokehitys

Suorakaiteen muodon koin ongelmalliseksi siksi, ettei siinä mielestäni voinut käyttää Think Todayn käyttämää reiällistä koristelutyylä heikentämättä viinipullotelineen kestävyyttä. Suorakaiteen muoto ei myöskään miellyttänyt silmää. Reiät olisivat olleet liian lähellä pakollisia viinipulloreikiä tai kappaleiden liitosta. Ilme täytyi siis saada ulkomuodolla.

Painoa vähentämällä syntyi soikea hiukan munamainen muoto. Muoto leveni hiukan alaosastaan pullon paremman mahtuvuuden ja tasapainon saamiseksi. Yläosa on kapeneva, helpompi loviliitoksen luomiselle ja samalla yläosastaan kevyempi (kuva 10).



Kuva 10 Ovaali viinipulloteline edestä ja sivusta

Tein hahmomallin kapalevystä pullon istuvuutta testatakseni. Tavallinen viinipullo istui telineeseen hyvin, mutta samppanjapullo jäi hiukan ilmaan. Korjasin muodon lisäämällä alaosan pyöreyttä sisäreikään. Viisto leikkausura kappaleiden liittämistä varten on tärkeä. Ura pitää kappaleet tukevasti vastakkain, etteivät ne pääse notkahtamaan erilleen liikaa.

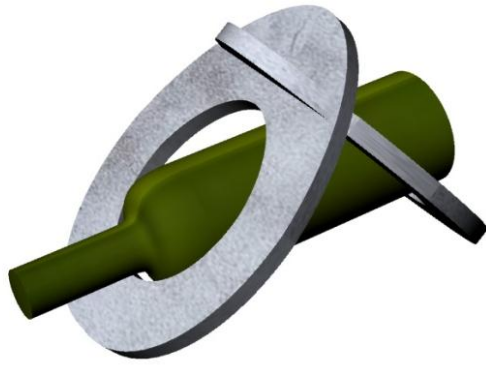
3.3.2 Prototyyppi

Arviot viistoon leikattavien pintojen onnistumisen osalta olivat virheellisiä. Jouduin miettimään muutoksia viinipullotelineeseen. Olin jo aiemmin huomannut telineen kulman ollessa 90° astetta, että viinipullo ei tahdo pysyä telineessä toivotulla tavalla. Pienensin telinettä hiukan muokaten myös pullon mentävää reikää yläosastaan pienemmäksi. Tämä siksi, että liitoksen mahtuminen telineeseen oli myös hankalaa. Eri kulmissa olevat kappaleet mahdollistivat sen, ettei liitos ylettnyt laidasta laitaan molemmissa kappaleissa mikä heikensi telinettä. Täytyi miettiä uudenlainen liitos. Päädyin hirsissä käytettyä liitosta vastaavaan liitokseen, jossa kappaleen puolesta välistä on laitaa kohti rako toista kappaletta varten (kuva 11).



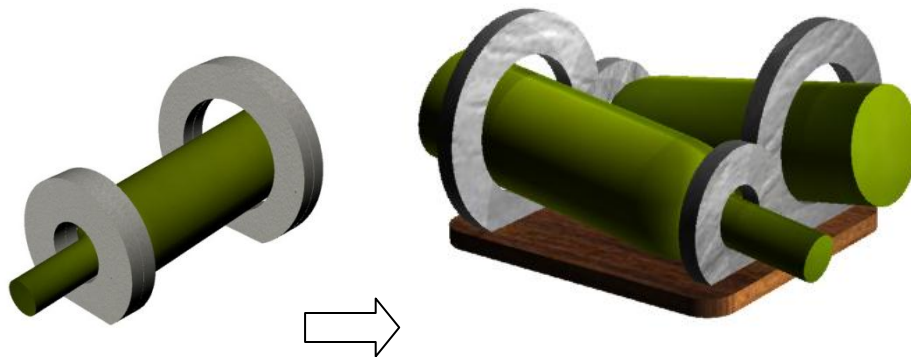
Kuva 11 90° mallin liitos

Samanlaiset raot ovat molemmissa kappaleissa, jotta kappaleet istuvat toisiinsa. Tässä on telineen heikko kohta, sillä keraamisesta laatasta valmistettuna se saattaa naksahda helposti poikki. Toinen huonontava tekijä on pöytäpintaa vasten jäävä 90° terävä kantti (kuva 12).



Kuva 12 90° asteen malli

Prosessin tuloksena syntyi monipuolisempi malli, aikaisempaa ”rinkulamallia” kehittämällä. Edellinen ”rinkulamalli” hylättiin sen raskaan ulkonäön takia. Nyt kehitin mallia siten, että kaulaan tuleva reikä on pienempi eikä malli koostu yhdelle pullolle tarkoitetusta kahdesta yhteen liimatusta kappaleesta, vaan rinkulasta, jossa pienempi on yhdistettynä isompaan rinkulaan (kuva 13). Keraamiset rinkulat seisovat laminaattiin ajettuihin uriin tukeutuen. Ne voidaan valmistaa myös laminaattirinkuloista, jotka tukeutuvat keraamiseen laattaan. Näin tuotteeseen saataisiin eloa kahden eri materiaalin valinnalla. Keraamisia rinkuloita voisi käyttää myös pannunalusena tai jäähdyttimenä.



Kuva 13 Rinkulamallin muuttuminen lopulliseksi tuotteeksi

Tähän malliin olin tyytyväinen. Se on helppo valmistaa ja sitä voidaan muunnella eri materiaaleille. Nimeksi suunnittelin ”Together”, koska kaksi pulloa on yhdessä ja tässä yhdistyisi symbolisesti yhteistyö eri tahojen kanssa.

Viinipulloteline miellytti HAMKin väkeä. Tuote oli jo sinällään pientä pakkaukseen mahduttamista vaille valmis. Viinipullotelinettä voi käyttää myös muulla tavoin. Keraamista pohjaosaa voidaan käyttää jäähdytettynä kylmien ruokien tai viinin viileänä pitämiseen tarjoiltaessa. Rinkuloita voidaan käyttää pannunalusena tai kattausalusena, jopa kaitaliinan tapaan. Teline sopii myös keittokirjoille tueksi keittiönpöydälle. Viinipullotelineen säilytys vie purettuna vähemmän tilaa.

Tuotteelle tehdään käyttöohjeet, joista selviävät sen käyttömahdollisuudet. Rinkulat muistuttavat kahdeksikkoa. Tästä syntyi nimiehdotus ”Eight hours”. Symbolisesti kahdeksan on myönteinen luku Kiinassa, jossa HAMKlla on yhteistyökumppaneita. Lopulliseen tuotteeseen tulevat rinkulat ovat laminaattia ja pohjaosa keraamista laattaa.

3.4 Kynttilänjalka

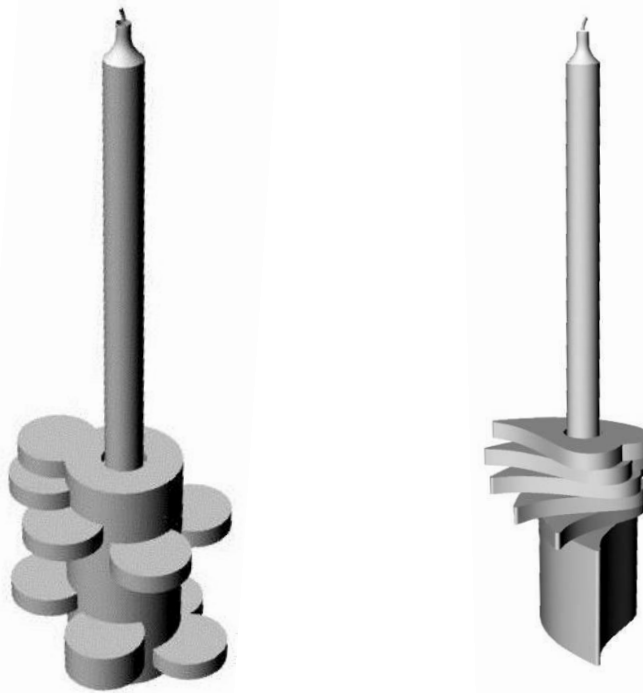
Kuluttajaviraston mukaan kynttilätuotteiden osien tukipinnan lämpötila ei saa nousta normaalisti palaessa niin korkeaksi, että se polttaa ihoa. Tukipinnalla tarkoitetaan kynttilätuotteen pintaa tai osaa, joka on kosketuksessa muun materiaalin kanssa. Palovaaran aiheuttamana lämpötilana pidetään 60 astetta. Kaikkien kynttilänjalkojen tulee olla rakenteeltaan ja materiaailtaan sellaisia, etteivät ne kaadu helposti. Kynttilänjalka ei saa syttyä palamaan eikä aiheuttaa vaaraa, vaikka kynttilä pääsisi palamaan loppuun saakka. Palavasta materiaalista valmistetussa mansetissa täytyy olla merkintä, jossa kerrotaan, ettei kynttilää saa polttaa loppuun saakka. (Kuluttajavirasto 2001, 2-6.)

Keraamisesta laatasta valmistettavan kynttilänjalan ideana on sen muodon muuntuminen sekä osien vähennettävyyys tai lisättävyys mieleiseksi. Samalla kynttilänjalan osia voi käyttää lasinalusena tai pannunalusena. Keskäaikaan, kynttilänjalkojen ollessa käyttämättömänä, ne voi asetella pöydälle kaitaliinan tapaan.

3.4.1 Jatkokehitys

Työn haasteena on ratkaista keskiosan pyöritettävyyys ja tukevuus sekä mielenkiintoisen muodon hakeminen. Kynttilänjalan täytyy olla myös turvallinen käyttää. Muodon pyöritettävyyden vaikutus tasapainon säilymiseen on myös mietittävä. Eri muotoja mallintamalla oli helppo kokeilla, millaisia hahmoja niistä pyörittämällä saa aikaiseksi.

Kynttilänjalkojen useista malleista mielenkiintoisimpia olivat sydän ja rahapuu (kuva 14). Sydänmalli ei istu sukupuolettomaan kategoriaan symboliikkansa ja romanttisuutensa vuoksi. Se olisi liian osoitteleva liikelahjana ja varsinkin annettaessa vastakkaiselle sukupuolelle. Siitäkin huolimatta siitä päätettiin valmistaa prototyyppi. Rahapuu-malli soveltuu molemmille sukupuolille hyvin.



Kuva 14 Rahapuu – ja sydänkynttilänjalka vaihtoehdot

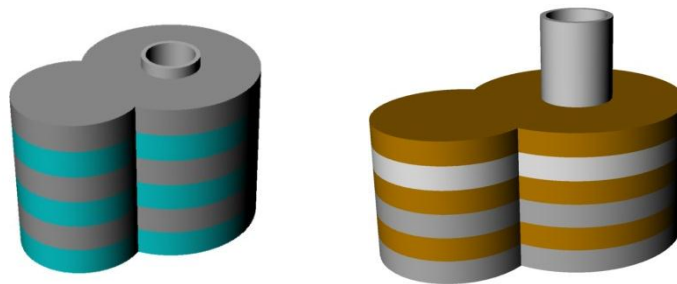
Kynttilänjalan keskiosan ratkaisin ruostumattomalla teräsputkella. Putki pitää kynttilänjalan kasassa ja mahdollistaa osien pyörittämisen haluttuun muotoon. Putken pituusmitta ulottuu vain viimeisen laatan puoliväliin, jolloin kynttilänkanta menee putkeen ja kynttilä tukeutuu laatan pintaa vasten. Putken pituutta vaihtelemalla saadaan erimittaisia kynttilänjalkoja. Kynttilänjalka koostuu 12 kappaleesta, jotka ovat 12 mm:n paksuisia. Keskelle tuleva putki on 138 mm:n pituinen.

Kaksi kynttilänjalkaa mahtuu Think Todayn jo olemassa olevaan kooltaan 270×190×60 mm:n kokoiseen pakkaukseen. Putken koko, \varnothing 23mm, rajoittaa olemassa olevien pakkausten käytön tähän kokoon. Huomioin putkelle 0.5 mm välyksen mitoituksessa. Pienempään pakkauskokoon sopiminen olisi edellyttänyt pienemmän keskiosan käyttöä kynttilänjalan akselina. Tähän olisi sopinut esim. 4 mm:n pyörötanko. Tämän ongelmana olisi kynttilän istuminen jalkaan. Mietin vaihtoehtoa, että tangon pää olisi hiottu teräväksi, jolloin kynttilä olisi laitettu siihen. Kahden viimeisimmän jalan osan olisi täytynyt olla isommalla akselinreiällä, jotta kynttilä olisi uponnut niihin. Jos kaikki osat olisivat olleet samanlaisia ja piikki olisi tullut vain ulos, kynttilä ei olisi tukevasti paikallaan.

3.4.2 Prototyyppi

Sydän-malli hylättiin sen symboliikan vuoksi ja rahapuu-malli vaikutti hyvältä muodolta. 12 päällekkäisestä laatasta olisi tullut liian suuri ja painava, joten osien määrä päätettiin rajoittaa kuuteen. Lisää ilmettä kynttilänjalkaan saatiin raidallisuudella, joka luotiin eri eripaksuisia ja värisiä laattoja käyttämällä.

Myös putki piti mitoittaa uudelleen. Todettiin, että suunnitelman mukainen, vajaamittainen putki, näyttää hiukan keskeneräiselle. Tämä korjataan putkella, joka tulee hiukan ulos laattapinnasta (kuva 15). Siistillä putkella saadaan myös ulkonäköä lisää. Tällä korjataan myös laattojen vahvuuden vaihtelu. Putki mitoitetaan niin, että se on ulkoneva vaikka laatat olisivat kaikki paksuimmasta mahdollisesta laatasta. Näin se sopii myös ohuemmista laatoista valmistettuihin kynttilänjalkoihin. Ulkonäöllisesti ei haittaa, vaikka putki ei ole näkyvissä yhtä paljoa kaikissa kappaleissa. Putken pidentäminen tuo myös turvallisuutta. Kynttilän steariini ei pääse valu-
maan putkeen muutoin kuin aivan loppuun polttamalla. Laatan paksuus voi vaihdella 8 mm:stä 12 mm:iin. Putken koko vaihdetaan helpommin saatavaan, 25 mm:n ulkohalkaisijalla olevaan putkeen, jonka seinämän vahvuus on 2mm. Putken pituudeksi tulee 77 mm:ä.



Kuva 15 Putken vaikutus ulkonäköön 12 mm:n laatoilla ja 8 mm:n laatoilla.

Kynttilänjalalle löytyi useampia käyttötarkoituksia kuin ennakkoon oli ajateltu. Muodoltaan ”rahapuu” sopii viinipullotelineen kanssa yhteen koska niissä on sama muotokieli. Myös nimenä käytetään samaa kuin viinipullotelineessä. Ne erotetaan vain käyttötarkoituksella toisistaan. Kynttilänjalkaa voi käyttää pannunalusena, lasinalusena, serviettirenkaana tai sen ”sivuoksilla” voi pitää myös tuikkuja. Kaitaliinaksi se myös sopisi, jos omaisi useamman kynttilänjalan. Kynttilänjalalle tehdään käyttöohjeet, jossa selvitetään eri käyttötarkoituksia.

3.5 Pakkaus

Pakkauksina käytetään mahdollisuuksien mukaan Think Todayn jo olemassa olevia pakkauksia. Pakkauksista on neljää eri kokoa. Viinipulloteline menee suurimpaan ikkunattomaan pakkaukseen ja kenkälusikka ei tarvitse pakkausta lainkaan. Kynttilänjalan koon muuttuminen johti myös pakkauskoon muuttumiseen. Nyt kynttilänjalalle joudutaan etsimään uusi pakkaus. Mahdollisuuksien mukaan käytetään jo standardipakkauskokoa, jos sellainen löytyy. Muussa tapauksessa joudutaan teettämään uusi pakkaus.

Pakkauksiin tulee Think Todayn vakiotekstit kierrätyksestä ja materiaalista logoineen sekä tuotteen kuvaus suomeksi ja englanniksi. Pakkauksessa näkyy myös Think Todayn yhteystiedot ja valmistusmaa. HAMKin puolesta pakkaukseen lisätään sen logo. Pakkauksissa tulee näkymään myös nimi suunnittelijana ja asiayhteyteni HAMKiin.

4 ASIAKASKYSELY

Markkinointitutkimusta voi pitää markkinoinnin välttämättömänä apuvälineenä. Tutkimukset tulee tehdä huolellisesti ja saadut tulokset tulkita oikein, jotta tutkimuksesta saadaan hyödyllistä tietoa toiminnan kehittämiseen. Markkinointitutkimuksella hankitaan tietoja markkinoinnin päätöksenteon kannalta keskeisistä asioista. Tavoitteena on päätöksenteon riskin pienentäminen. Markkinointitutkimusten hyöty yritykselle on suurin siinä, että niiden avulla saadaan tietoja jotka mahdollistavat ”mutu-menetelmää” luotettavamman päätöksenteon. Mutu tuntumalla tarkoitetaan, ”musta tuntuu” -arvailuja. (Lahtinen & Isoviita 1998, 20-21.)

4.1 Kohderyhmän valinta ja kysymysten laadinta

Asiakaskyselyn kohderyhmä koostuu Think Todayn jälleenmyyjistä, nykyisistä ja tulevista asiakkaista sekä liikelahjojen ostajista. Think Todayn välittäjänä liikelahjasektorilla on KB-tuote. Heidän kauttaan kysely lähtee eteenpäin heidän omille asiakkailleen.

Kysymykset on laadittu yhteistyössä Think Todayn Susanne Hamarin ja liikelahjasektoria edustavan KB-tuotteen edustajan kanssa. Alustavasti sovimme Susanne Hamarin kanssa mitä Think Today haluaisi kyselyllä selvittää. Näitä asioita olivat oston peruste, pakkauksen informatiivisuus, lat-tiamateriaalin käyttö pöytätasoilla ja Think Todayn mielenkiintoisin tuote. KB-tuote toivoi, että he voisivat saada tietoa siitä mitä heidän kauttaan Think Todayn tuotteen ostavat ajattelevat tuotteista. Mietittyämme kysymykset toisen tuotemuotoilijaopiskelijan kanssa, veimme ne Webropol-ohjelmaan ja kokeilimme siellä eri vaihtoehtojen sopivuutta kysymykseen. Webropol-ohjelma on tehty asiakaskyselyjen tekemiseen, vastausten keräämiseen ja analysointiin. Lomake tarkistutettiin Susanne Hamarilla ja KB-tuotteella.

4.2 Kyselyn toteuttaminen

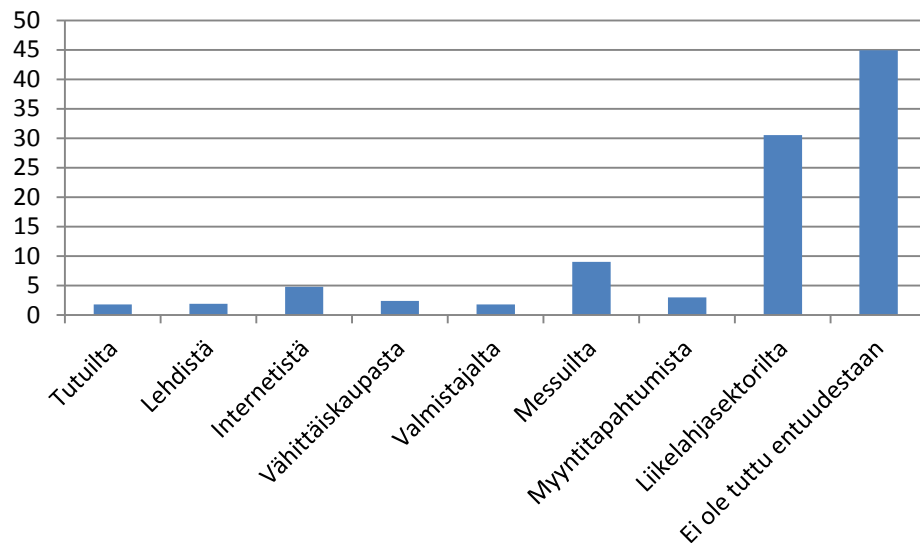
Toteutus tapahtui Webropol ohjelmalla sähköpostin välityksellä. Kysely lähetettiin KB-tuotteen asiakkaille heidän kauttaan sekä Think Todayn Facebook sivuille ja jälleenmyyjille. Kysely on lähtenyt myös valikoidulle ryhmälle HAMKin oppilaita ja opettajia. Asiakaskyselyitä lähetettiin yhteensä yli 1000 kappaletta, suurin osa näistä KB-tuotteen asiakkaille.

Kyselyt lähetettiin sähköpostilla vastaajille 5.4. Aikataulullisesti kyselyn lähettäminen myöhästyi noin viikon yhteistyötahojen tarkastamisten ja toiveiden vuoksi. Tästä syystä siirsimme vastausaikaa hiukan myöhemmäksi, niin että aikaa olisi vastata reilu kolme viikkoa 25.4 asti (LIITE 1).

4.4 Analysointi

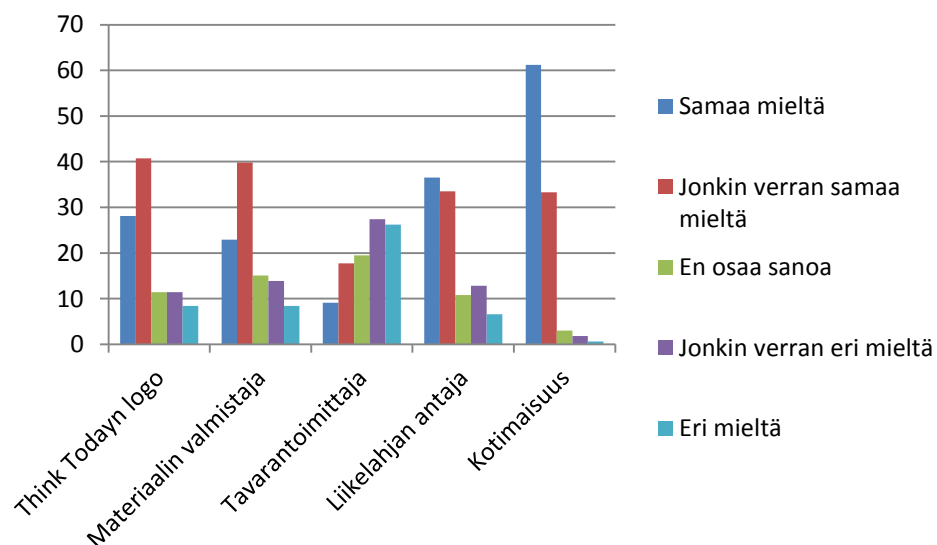
Vastauksia saimme 168 kappaletta, 15 oli jälleenmyyjiä ja 51 liikelahjasektorin edustajaa. Asiakaskyselyjä lähetettiin yli 1000. Suuriosaa vastaa- jista, eli 89 prosenttia oli naisia. Vähiten vastaajia oli yli 61-vuotiaiden ryhmässä ja eniten 46–60-vuotiaissa. Asiakkaita oli 91 prosenttia vastaa- jista.

Taulukko 1 Mistä kautta Think Todayn tuotteet ovat tulleet tutuiksi?

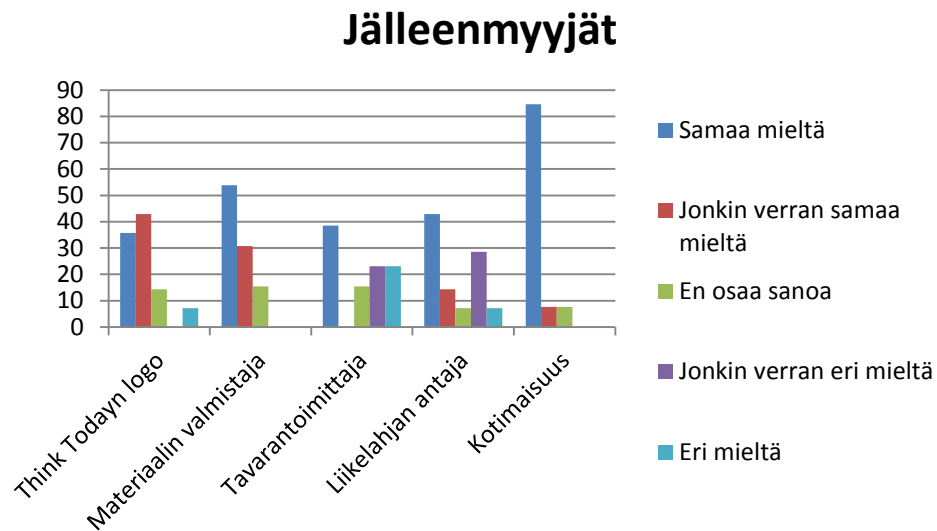


Suurimmalle osalle vastanneista tuotteet eivät ole entuudestaan tuttuja. Tuotteet ovat kuitenkin tulleet osalle tutuiksi liikelahjasektorilta ja alle 10 prosentille messuilta (taulukko 1). Jälleenmyyjille taas tuotteet ovat tulleet tutuiksi messuilta.

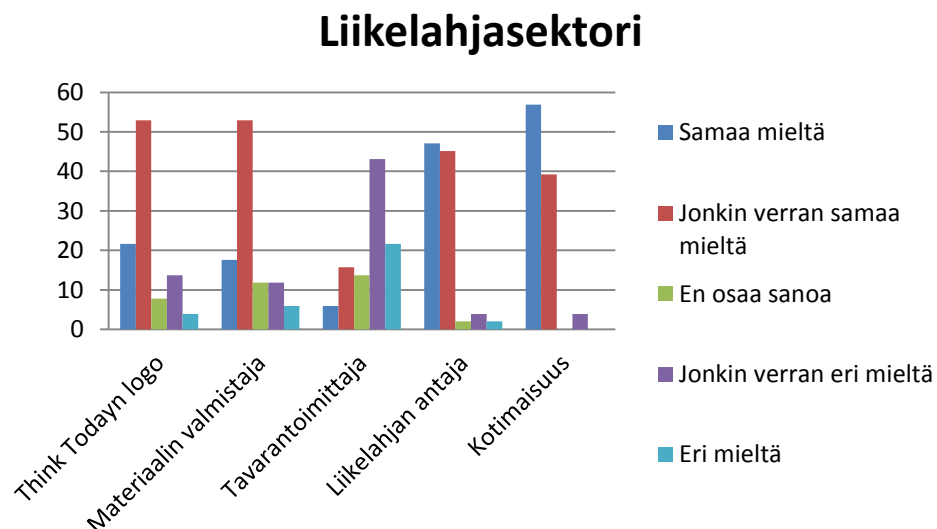
Taulukko 2 Tuotteessa näkyvien asioiden tärkeys vastaajille.



Taulukko 3 Tuotteessa näkyvien asioiden tärkeys jälleenmyyjille.

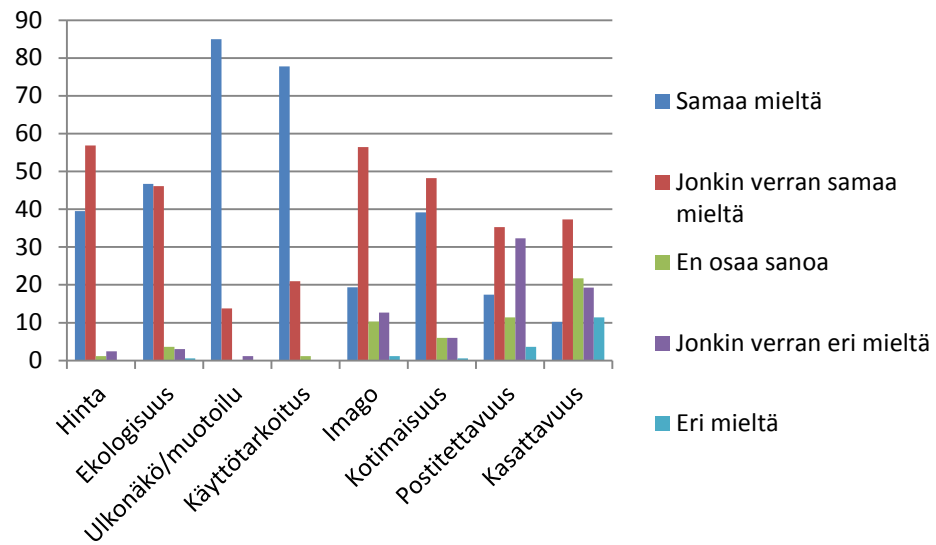


Taulukko 4 Tuotteessa näkyvien asioiden tärkeys liikelahjasektorin välle.



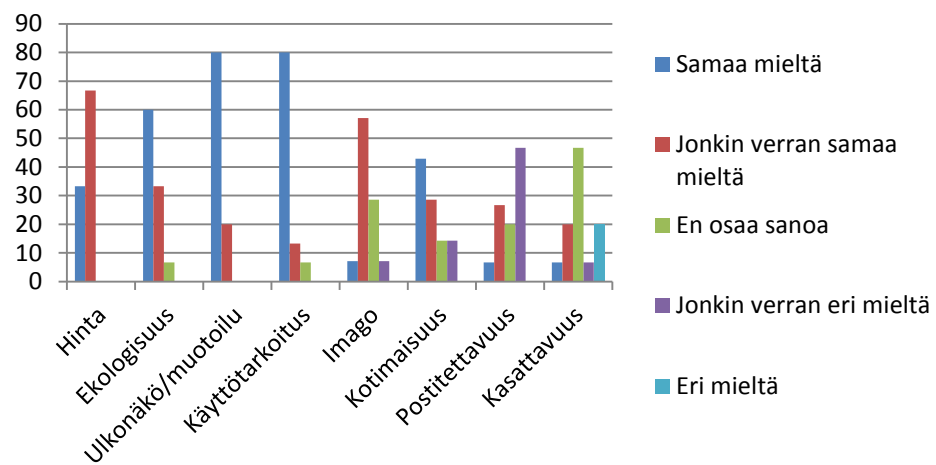
Tuotteissa pidetään tärkeimpänä kotimaisuuden ja liikelahjan antajan näkymistä (taulukko 2). Think Todayn logoa ja materiaalin valmistajan näkymistä tuotteessa pidetään jonkin verran tärkeänä. Vähäisin merkitys on tavarantoimittajan näkymisellä. Jälleenmyyjät pitävät myös kotimaisuuden näkymistä tärkeänä. Toiseksi tärkein on materiaalin valmistaja. Jonkin verran he antavat arvoa Think Todayn logolle. Tavarantoimittajasta ollaan kahta mieltä: toisille sillä on arvoa ja toisille ei ollenkaan (taulukko 3). Liikelahjasektorilta Think Todayn tuotteet tutuksi arvioineet pitävät kotimaisuutta ja liikelahjan antajan näkymistä tärkeänä. He arvostavat jonkin verran Think Todayn logon ja materiaalintoimittajan näkymistä. Tavarantoimittajan näkymisellä ei ole heille merkitystä (taulukko 4).

Taulukko 5 Kierrätetyistä materiaaleista valmistettujen tuotteiden ostopäätökseen vaikuttavat asiat vastaajille.



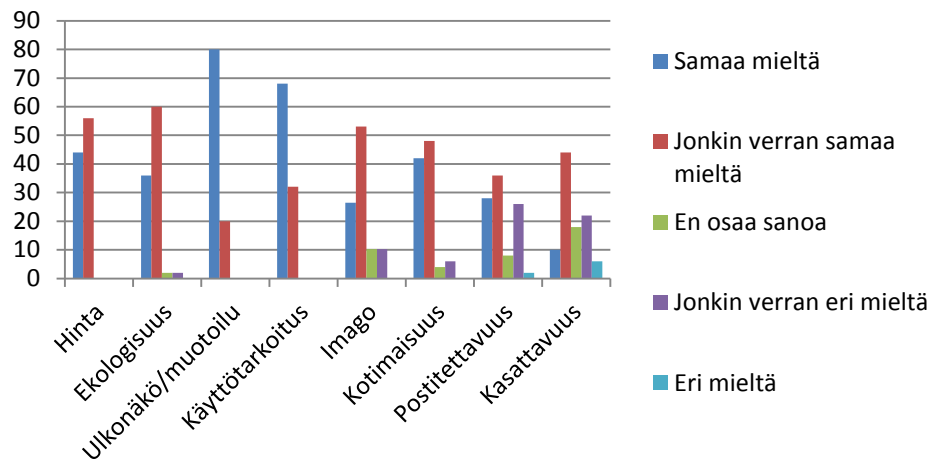
Taulukko 6 Kierrätetyistä materiaaleista valmistettujen tuotteiden ostopäätökseen vaikuttavat asiat jälleenmyyjillä.

Jälleenmyyjät



Taulukko 7 Kierrätetyistä materiaaleista valmistettujen tuotteiden ostopäätökseen vaikuttavat asiat liikelahjasektorilla.

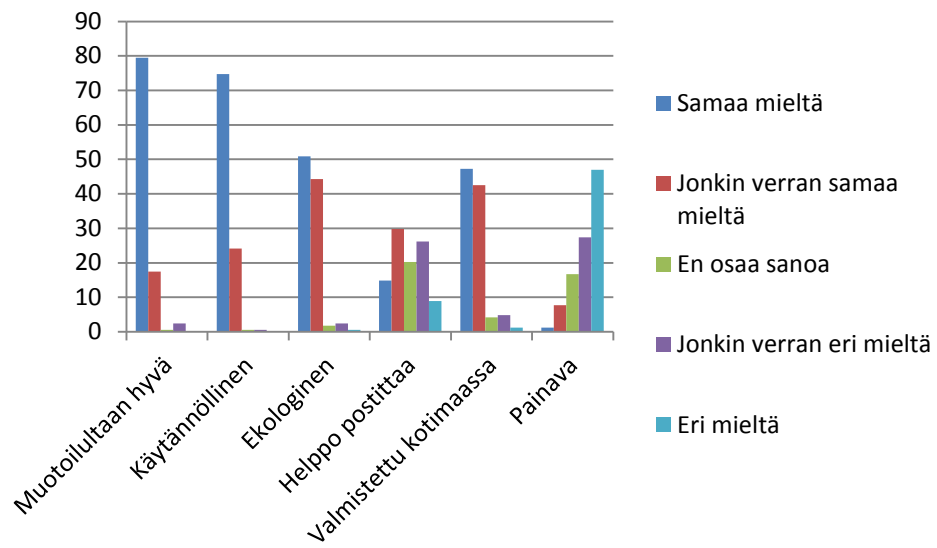
Liikelahjasektori



Ylivoimaisesti suurin arvostus ostettaessa tuotetta annetaan ulkonäölle ja käytettävyydelle. Kolmantena tulee ekologisuus. Jonkin verran ostopäätökseen vaikuttavat hinta, imago ja kotimaisuus. Kasattavuus ei kyselyn mukaan vaikuta ostopäätökseen osalla vastaajista, osalla se vaikuttaa hiukan. Postitettavuudessa on myös jonkin verran samaa ja eri mieltä olevia (taulukko 5). Jälleenmyyjien vastaukset poikkeavat siinä, että he pitävät ekologisuutta ja kotimaisuutta hiukan tärkeämpänä kuin kaikki vastaajat yhteensä. Huonoiten kantaa he ottavat kasattavuuteen ja postitettavuudessa (taulukko 6). Liikelahjasektorin väellä hinta ja kotimaisuus menevät ekologisuuden edelle. Ekologisuus on kuitenkin melko arvostettua imagon lisäksi. Kasattavuudella voi olla jonkinlainen vaikutus ostopäätökseen (taulukko 7).

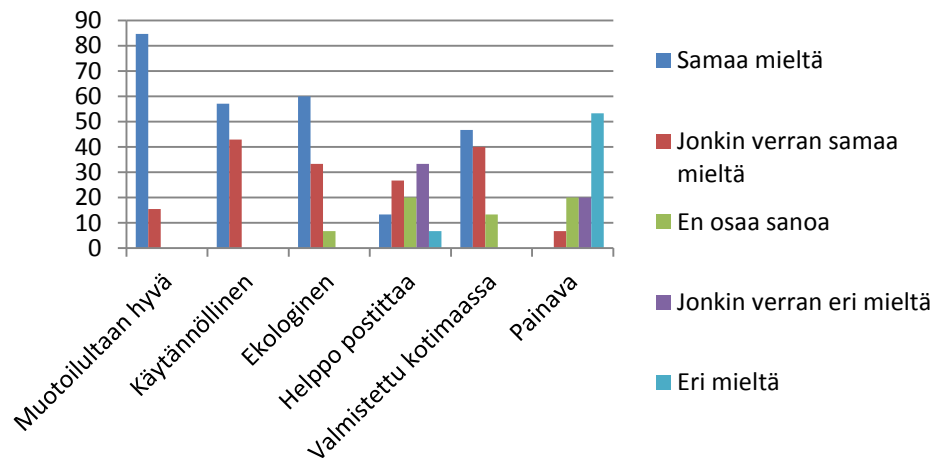
78 prosenttia vastaajista eivät osanneet kommentoida Think Todayn pakkauksen informatiivisuutta. Riittävän informatiivisena pakkausta pitivät 22 prosenttia vastaajista. Eniten kysymykseen tuli vastauksia jälleenmyyjiltä ja liikelahjasektorilta. Jälleenmyyjistä 40 prosenttia ja liikelahjasektorista 43 prosenttia pitivät pakkausta informatiivisena.

Taulukko 8 Tuotteen arvokkuuteen vaikuttavia tekijöitä vastaajille.

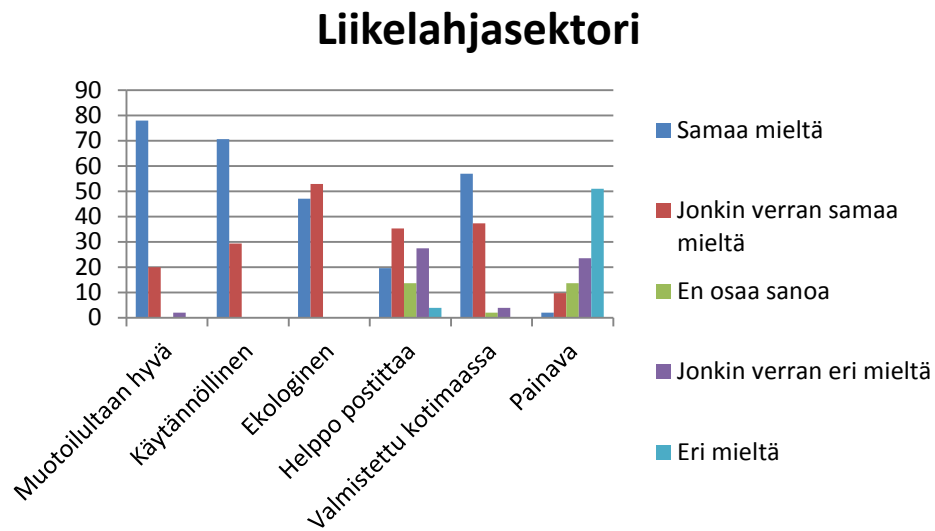


Taulukko 9 Tuotteen arvokkuuteen vaikuttavia tekijöitä jälleenmyyjillä.

Jälleenmyyjät

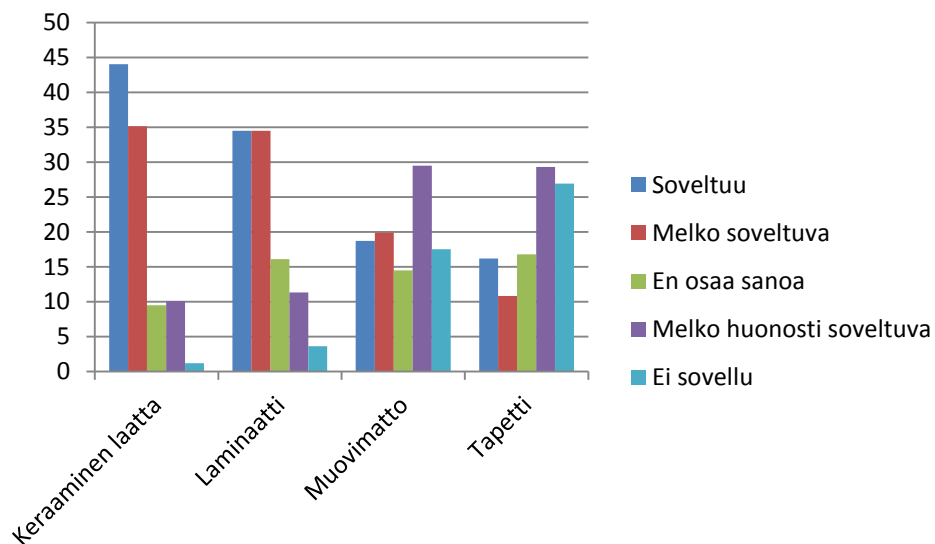


Taulukko 10 Tuotteen arvokkuuteen vaikuttavia tekijöitä liikelahjasektorilla.

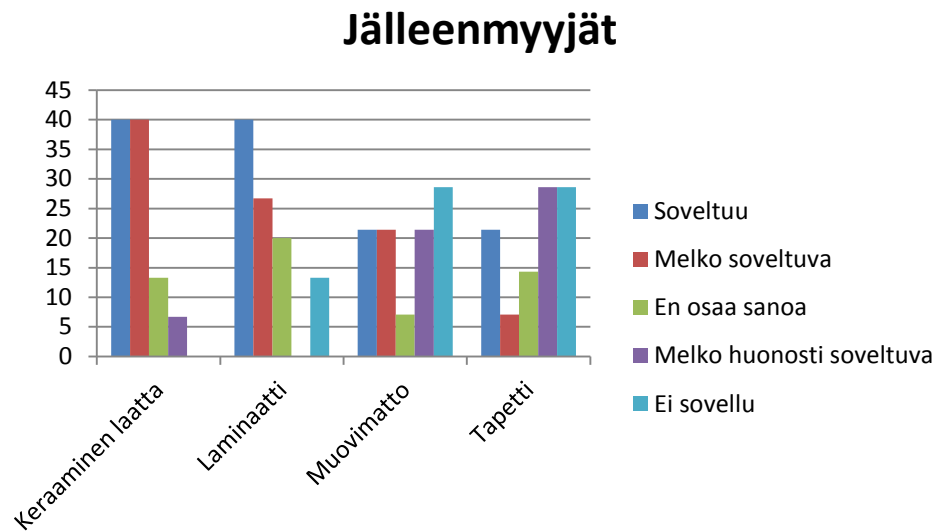


Tuote mielletään arvokkaammaksi, jos se on hyvin muotoiltu ja käytännöllinen. Jonkin verran arvokkaampana pidetään ekologista tuotetta sekä kotimaisuutta. Tuotteen paino ei tee tuotteesta vastaajien mielestä arvokasta (taulukko 8). Jälleenmyyjien mukaan ekologinen tuote on käytännöllistä arvokkaampi. (taulukko 9). Liikelahjasektorin väki arvostaa kotimaisuutta enemmän kuin ekologisuuutta (taulukko 8).

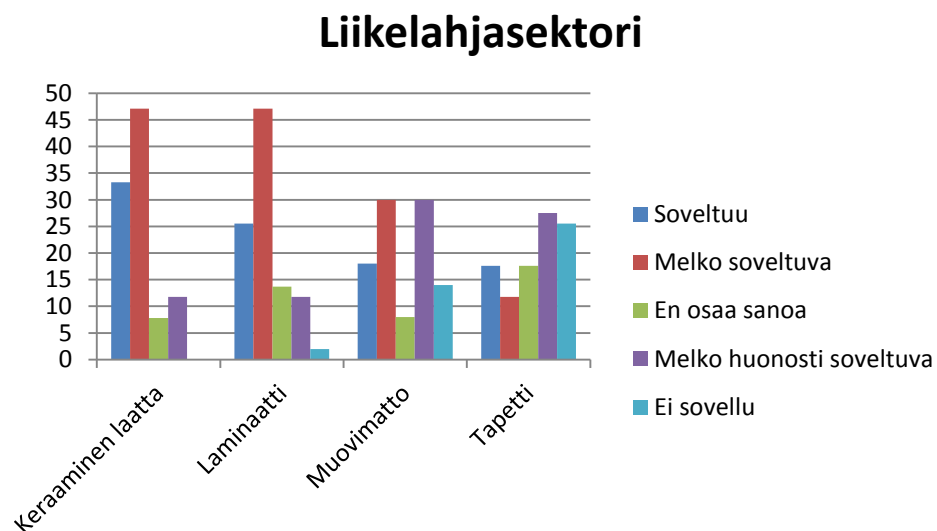
Taulukko 11 Pöytätasolle soveltuvat materiaalit vastaajien mielestä.



Taulukko 12 Pöytätasolle soveltuvat materiaalit jälleenmyyjien mielestä.

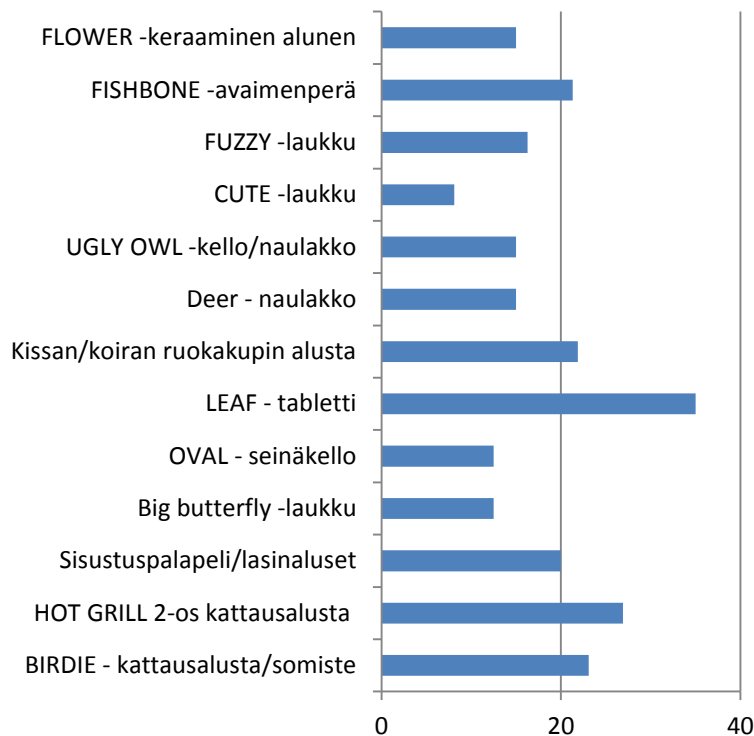


Taulukko 13 Pöytätasolle soveltuvat materiaalit liikelahjasektorin mielestä.



Keraaminen laatta ja laminaatti kävi parhaiten vastaajien mielestä pöytätasolla käytettäväksi. Tapetti ei soveltuisi ollenkaan, ja muovimaton koettiin sopivan huonosti, mutta kuitenkin paremmin kuin tapetin. Muovimaton kanssa mielipide vaihteli: osa oli vastaan ja osa puolesta. Miehet olivat eniten sitä mieltä, ettei tapetti sovellu ollenkaan pöytätasolle ja muovimatto huonosti (taulukko 11). Jälleenmyyjät olivat ehdottomampia muovimaton ja tapetin sopimattomuudesta. Muovimatossa oli kuitenkin äänissä hajontaa (taulukko 12). Liikelahjasektori ei poikennut juurikaan valtavirrasta (taulukko 13).

Taulukko 14 Mielenkiintoisimmat Think Todayn tuotteet



Kaikkien vastaajien kesken mielenkiintoisin tuote oli Leaf-tabletti. Toiseksi kiinnostavin oli Hot Grill –kattausalusta. Kiinnostusta herätti myös Birdie–kattausalusta, kissan ja koiran ruokakupin alusta sekä Fishbone–avaimenperä. Miehet pitivät suosituimpana Hot Grill 2-osaista kattausalustaa. Huomattavasti vähemmällä äänillä tuli Deer-naulakko ja Ugly owl-kello/naulakko (taulukko 14). Jälleenmyyjiä kiinnosti eniten Hot Grill –kattausalusta ja toiseksi eniten sisustuspalapeli. Muuten kiinnostus oli tasaista. Liikelahjasektorilta eniten ääniä sai Leaf-tabletti, seuraavana tuli Hot Grill kattausalusta ja sisustuspalapeli.

Vapaaseen kenttään oli kommenttinsa jättänyt 18 vastaajaa. Heidän mielestä tuotteet ovat kauniita, hyvin muotoiltuja ja suomalaisuuteen sopivia. Ajatus liikelahjojen ekologisuudesta on vastaajien mielestä myös tervetullut. Pakkausta pidettiin erittäin tärkeänä tuotteen tarinan täydentäjänä. Vastaajista muutamat eivät osanneet vastata Think Todayn pakkauksia koskevaan kysymykseen, sillä he eivät olleet saaneet niistä tietoa internet-sivuilta. Muutamassa vastauksessa toivottiin arjen tuotteita kotiin, töihin tai harrastuksiin. Annettiin myös uusia tuote-ehdotuksia, kuten korut ja yrityksen logon muotoisia vastaavia tuotteita. Ehdotettiin myös, että tuotteet täytyisi saada omalla painatuksella. Suoraviivaisempia tuotteita toivottiin myös perhosten ja lintujen tilalle. Asiakaskyselyn porkkanana oli Think Todayn tuotepaketti. Arvontaan osallistui 123 vastaajaa.

5 POHDINTA

Liikelahjan suunnittelu Think Todayn käyttämistä materiaaleista oli haastavaa. Ajatus hukkamateriaalin käytöstä oli lähellä omaa ajatusmaailmaani, joten tässä mielessä työ oli myös mielekästä. Liikelahjan suunnittelu HAMKin käyttöön antoi lisämausteen työhön, sillä siinä täytyi olla myös ajatus siitä, mikä voisi olla sopiva liikelahja heidän käyttöönsä. Aikataulullisesti kolmen tuotteen suunnittelu lopulliseen muotoon 23.2 – 11.5 välisellä ajalla, mallinnuksineen ja hiomisineen oli tiukka. Suunnittelutyön lisäksi tehtävänä oli myös asiakaskysely ja raportointi. Aikataulu piti kuitenkin melko hyvin.

Apuna työssä oli useamman yhteistyötahon asiantuntemus eri aloilta liikelahjan ympärillä. Eri alojen ammattilaisten näkökulmat ohjasivat tuotteita suunnittelun eri vaiheissa järkevään suuntaan, lopullisiin tuotteisiin asti.

5.1 Suunnitteluvaihe

Prototyyppien tarkastelussa valmiilta tuotteelta vaikuttanut kenkälusikka joutui vielä uuteen arviointiin aivan loppumetreillä. Lusikan koko koettiin ongelmalliseksi, eikä sitä voitu käyttää toivotulla tavalla. Mallin muuttaminen pisanan muotoon oli ratkaisuni alaosan liiallisen kapeuden poistamiseksi.

Viinipullotelineen suunnittelussa oli eniten miettimistä. Eniten askarruttivat tasapainopisteen huomioiminen ja materiaalin kestäminen. Tämä vaikutti mallien syntymiseen kuten myös valmistusongelmat, jotka ilmenivät kun prototyyppi olisi täytynyt valmistaa. Oli onni, että näin kävi, sillä lopullinen viinipullomalli oli onnistunut. Palaute siitä oli myös positiivinen.

Kynttilänjalan idea syntyi melko helposti. Suurin pohdittava asia oli keskiosan pyöritettävyyden aikaansaaminen ja kynttilän istuminen siinä turvallisesti. Teräsputki oli tähän hyvä ratkaisu. Kynttilä istuu siinä tukevasti ja itse jalka osa tukee putkea. Steariini ei pääse valumaan putken sisään ja ulkopuolella sen estää jalkaosa. Mallintaminen oli oiva keino kokeilla eri muotojen mahdollisuuksia pyöriteltävän akselin ympärillä. Prototyyppien tarkastelun tärkeys kävi hyvin ilmi kynttiläjalan kanssa. Ajatukseni 12 kappaleen kynttilänjalasta oli liioiteltu, koska painoa olisi tullut aivan liikaa. Kuuden kappaleen jalkaosa on vielä sopivan painoinen antaa lahjaksi. Tästä seurasi, että pakkausta joudutaan miettimään uudelleen, koska suunniteltu pakkaus on nyt liian suuri kynttilänjalalle.

Tuotteet onnistuivat verrattaessa niitä hyvään liikelahjaan, ekologiseen tuotteeseen sekä asiakaskyselyn tuloksiin. Hukkamateriaalista kierrättämällä pystytään vähentämään valmistuksen, energian käytön ja kuljetuksen aiheuttamaa luonnonvarojen kulutusta. Materiaali saadaan lähiympäristöstä, eikä kuljetus vie merkittävästi luonnonvaroja. Valmistusmenetelmä on säästeliäs ja pakkauksessa käytetään kierrätyskartonkia. Kierrätyksen ajatuksena on, että tuotteet pienentävät kaatopaikalle menevän jätteen määrää. Muovimatto on erityisesti ongelmallinen materiaali, ja se päätyisi lopulta täyttämään kaatopaikkoja. Tuotteiden laadukkuus takaa pidemmän

käyttöön. Esteettisyys ja monikäyttöisyys taas edesauttavat tuotteiden säilymisen käytössä pitkään kertakäyttöisen sijaan.

Tuotteet ovat liikelahjana melko neutraaleja, jos huomioidaan eri kulttuuritaustat. Ne ovat myös laadukkaita, omintakeisia ja käytännöllisiä. Niitä ei saa mistään muualta, ja niissä HAMK tulee esille visuaalisilla viittauksilla eri koulutusaloihin. Pakkauksessa näkyy myös HAMKin logo.

5.2 Asiakaskysely

Asiakaskyselyn vastaajien mukaan käytettävyys oli tärkeä ostopäätökseen vaikuttava asia. Monipuoliset käyttömahdollisuudet antavat viinipullotelinelle ja kynttilänjalalle paremman käytettävyyden. Kaikilla kolmella suunnitellulla tuotteella on siis omat käyttötarkoituksensa niiden olematta pelkästään koriste-esineitä. Kyselyn mukaan kasattavuus voi olla osalle asiakkaita peruste olla ostamatta tuotetta. Uskon kuitenkin, ettei se viinipullotelineen ja kynttilänjalan tapauksessa sitä välttämättä olisi, sillä tuotteet ovat kasattavuudesta huolimatta hyvin yksinkertaisia.

Asiakaskyselyssä haettuihin kysymyksiin saatiin vastaukset. Vastaajina oli jonkin verran väkeä, joka ei ennestään tuntenut Think Todaytä. Kyselyssä paljastui myös ristiriita. Vastaajat pitivät melko sopimattomana muovimattoa pöytätasaille, mutta kiinnostavin tuotteista kuitenkin oli muovimatosta valmistettu Leaf-tabletti. Tämä mielestäni kertoo ennakkoluulon tai perinteen vaikutuksesta moniin asioihin. Niitä rikkomalla ja tässä tapauksessa kauniisti muotoilemalla tulee monta mahdollisuutta lisää. Tärkeänä pidettiin nimenomaan tuotteen ulkonäköä ja muotoilua sekä käyttötarkoitusta. Kotimaisuuden oli hyvä näkyä tuotteessa. Ekologisuutta pidettiin suhteellisen tärkeänä, vaikka se ei ollutkaan kärjessä. Olisin sen odottanut tulevan paremmin esille vastauksissa.

Pakkauksen informatiivisuudesta vastaajat osasivat vastata huonosti. Syyksi ilmeni, ettei pakkauksista ollut tietoa Think Todayn internet-sivuilla. Ne, jotka osasivat kommentoida pakkauksesta, pitivät sitä informatiivisena.

Asiakaskyselyn vastausajan siirtäminen oli turhaa. Kyselyyn vastaajat olivat kommentoineet siihen lähes saman tien. Sähköisenä tehty asiakaskysely nopeuttaa tiedonkäsittelyä huomattavasti niin kysymysten laadinnan, vastausten saannin kuin analysoinninkin osalta.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen opinnäytetyöni tuloksiin ja oppimisprosessiini. Olen oppinut uusia asioita erityisesti liikelahjoihin liittyen. Aikaisemmin en ole joutunut missään vaiheessa niihin paneutumaan. Mielinkiintoisimpia asioita oli eri kulttuuritaustojen ja symboliikan vaikutukset lahjan antamiseen ja siihen kenelle lahja on soveliaista antaa. Muutoksia olisin tehnyt aikatauluun karsimalla ideointiaikaa lyhyemmäksi. Enemmän aikaa olisin halunnut itse tuotteiden työstämiseen ja viimeistelyyn. Aikataulu oli napakka, mikä sopii tavalleni työskennellä.

LÄHTEET

Aav, M., Keinonen, T., Kähönen, H., Mäyrä, F., Naukkarinen, O., Peltonen, M., Ryyänen, T., Valtonen, A., Vapaasalo, T. & Vihma, S. 2009. Suomalainen muotoilu kohti kestäviä valintoja. Porvoo:WS Bookwell Oy

Ajankohtaista asioista ja ilmiöistä. Kierrätys vie yritysmaailman kärkeen. Viitattu: 8.4.2011
<http://www.ajankohtaista.fi/kierratys-vie-yritysmaailman-karkeen>

Harju, K., Koivio, M. 2008. Ympäristöystävällisen tuotteen kriteerit. Viitattu: 6.4.2011
http://www.vihreapolku.info/kestava_kehitys/parempia_valintoja_-_turkulaisen_toiminta-_ja_kulutusopas/valitaan_ekologisia_ja_reiluja_tuotteita

Hämäläinen, A. 2005. Teollisuuden jätteet ja niiden hyötykäyttö Kouvolan seudulla. Lappeenrannan Teknillinen Yliopisto. Diplomityö. Viitattu: 5.3.2011
<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/30074/TMP.objres.134.pdf?sequence=1>

Juutinen, S., Steiner, M-L. 2010. Strateginen yritysvastuu. Juva:WS Bookwell Oy.

Kuluttajaviraston ohjeet kynttilätuotteiden turvallisuusvaatimuksista ja merkinnöistä. 2001. Viitattu: 24.3.2011
http://www.tukes.fi/Tiedostot/Tuoteturva/Kuluttajavirasto/4.%20Kynttil%C3%A4tuotteiden%20turvallisuusvaatimukset%20ja%20uusi%20valvonta_k%C3%A4yt%C3%A4nt%C3%B6.pdf

Krabbe, K. 2004. Suhdetoiminnan käsikirja. Kustannusosakeyhtiö Perhemediat Oy

Mikluha, Arja. 2000. Lahjat ja liikelahjat eri maissa. Helsinki: Kauppakari Oy.

Rissa, K. 2001. Ekotehokkuus – enemmän vähemmästä. Helsinki: Edita Oyj.

Think Today. <http://www.thinktoday.fi>. Viitattu: 3.3.2011

Valtion ympäristöhallinto. Jätteet ja jätehuolto. 2011. Viitattu: 3.3.2011.
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=321794&lan=fi>

AIKATAULU

	Helmikuu	Maaliskuu						Huhtikuu				Toukokuu	
vko	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
Opinnäytetyön aihe 23.2													
Työn hyväksyntä													
Aiheen rajaus													
1 Seminaari 16.3													
Ideointi ja luonnostelu													
Ideoiden tarkastelu													
Tuote-ehdotuksen työstäminen													
Tuote-ehdotuksen välitarkastus													
Prototyytit													
Taustatiedon hankintaa													
Ak kysymysten laadinta													
AK													
AK vastaukset													
Vastausten analysointi													
Raportti													
Esitys													
Loppu seminaari 11.5													

AK - asiakaskysely

Asiakaskysely Think Todayn tuotteista



1) Sukupuoli?

☐ Nainen ☐ Mies

2) Ikä?

☐ Alle 30v ☐ 31-45v ☐ 46-60v ☐ yli 61v

3) Kumpaa seuraavista edustat?

☐ Jälleenmyyjä ☐ Asiakas

4) Mistä kautta Think Todayn tuotteet ovat tulleet sinulle tutuiksi?

☐ Tutuilta ☐ Lehdistä ☐ Internetistä ☐ Vähittäiskaupasta ☐ Valmistajalta
☐ Messuilta ☐ Myyntitapahtumista ☐ Liikelahja sektorilta ☐ Ei ole entuudestaan tuttu

5) Onko tärkeää että tuotteessa näkyy:

	Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä
Think Todayn logo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteessa käytetyn materiaalin valmistaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tavarantoimittaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liikelahjan antaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kotimaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6) Kuinka paljon kierrätetystä materiaaleista valmistettujen tuotteiden ostopäätökseen vaikuttaa mielestäsi.

	Vaikuttaa paljon	Vaikuttaa jonkin verran	En osaa sanoa	Ei juurikaan vaikuta	Ei vaikuta
Hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekologisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ulkonäkö/muotoilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käyttötarkoitus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kotimaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Postitettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kasattavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7) Onko pakkaus riittävän informatiivinen?

☐ Kyllä ☐ En osaa sanoa ☐ Ei

8) Onko tuote mielestäsi arvokkaampi jos se on:

	Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä
Muotoilultaan hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käytännöllinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekologinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helppo postittaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valmistettu kotimaassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Painava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9) Mitä mieltä olet seuraavien materiaalien käytöstä pöytätaidoilla?

	Soveltuu	Melko soveltuva	En osaa sanoa	Melko huonosti soveltuu	Ei sovellu
Keraaminen laatta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laminaatti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muovimatto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapetti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10) mikä seuraavista tuotteista on mielestäsi mielenkiintoisin? (lukitse valintasi klikkaamalla kuvaa, max. 3)



BIRDIE -kattausalusta/somiste



HOT GRILL 2-os kattausalusta



Sisustuspalapeli/lasinaluset



BIG BUTTERFLY -laukku



OVAL -seinäkello



LEAF -tabletti



Kissan/koiran ruokakupin alusta



Deer -naulakko



UGLY OWL -kello/naulakko



CUTE -laukku



FUZZY -laukku



FISHBONE -



FLOWER -keraaminen alunen

11) Halutessasi lisätä jotain, voit kirjoittaa kommenttisi tähän.

12) Mikäli haluat osallistua Think Today tuotepalkinnon arvontaan, kirjoita nimesi ja yhteystietosi alla olevaan tekstikenttään.

Kiitos vastauksestasi.